

Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Produk Makanan Lokal: Rencana Program Komunikasi dalam Rangka Meningkatkan Brand Awareness Untuk Brand Fried Chicken 'Ayam Ulbid' = Digital Marketing Communication Strategy Plan for Local Food Products: Communications Program Plan to Increase Brand Awareness for Brand Fried Chicken 'Ayam Ulbid'

Hastri Dwi Kencana Putri Beno, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20526289&lokasi=lokal>

Abstrak

Dibandingkan dengan kompetitor langsung dan tidak langsung, Ayam Ulbid menawarkan ukuran saji yang lebih beragam (250 gr, 500 gr, 1 kg, bulk order). Dibandingkan dengan kompetitor langsung, Ayam Ulbid menawarkan varian rasa yang lebih beragam dan menjangkau berbagai selera (western, nusantara, dan oriental).

Dibandingkan dengan kompetitor langsung dan tidak langsung, Ayam Ulbid menerima pesanan jumlah besar (bulk order) melalui sistem pre-order.

Dibandingkan dengan kompetitor langsung dan tidak langsung, harga produk lebih murah dengan jumlah sajian yang lebih banyak. Weaknesses (Kelemahan)

Sumber daya manusia terbatas sehingga maksimum pesanan hanya 10 kilogram per hari (tidak termasuk pesanan pre-order) dan tidak memungkinkan untuk menerima pesanan dengan jumlah besar dalam waktu singkat

Belum memanfaatkan media digital dengan maksimal Masih mengandalkan word-of-mouth dari konsumen yang pernah membeli Belum terdaftar sebagai mitra/seller di berbagai platform pesan-antar makanan sehingga konsumen sulit menjangkau Ayam Ulbid jika dibandingkan dengan kompetitor yang sudah terdaftar di platform tersebut.

.....Compared to direct and indirect competitors, Ayam Ulbid offers wider variety of serving sizes

Compared to direct and indirect competitors, Ayam Ulbid offers more variety of flavors that covers various taste (western, Indonesian, oriental) Ayam Ulbid receives bulk orders through pre-order system Ayam Ulbid's product prices are cheaper Weaknesses

The number of human resources is limited. Unoptimized use of digital media as marketing channel Still rely on word-of-mouth from past costumers

Not yet registered as seller on e-hailing platform Opportunities There are many digital media features that can be used to promote products The increase of buying food daringhabit Changes in people's lifesyles that prioritize cleanliness and hygiene Threats There are many competitors who provide similar product and have more resources